

DOI [https://doi.org/10.15589/znп2019.3\(477\).8](https://doi.org/10.15589/znп2019.3(477).8)
УДК 338.242.2

FORMING FEATURES DEFINITIONS OF “COMPETITIVENESS” AND “ENTERPRISE COMPETITIVENESS”

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДЕФІНІЦІЙ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ» ТА «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Liudmyla S. Bezuhla
milabezugla@gmail.com
ORCID: 0000-0002-6520-4325

Nataliia I. Yurchenko
yurchenko-n@meta.ua
ORCID: 0000-0002-3156-6790

Л. С. Безугла,
канд. наук з держ. упр., доцент

Н. І. Юрченко,
канд. екон. наук

Dnipro State Agrarian and Economic University, Dnipro
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро

Abstract. The article explores the problems of competitiveness of Ukrainian enterprises in the effective functioning of the industry market. Having reliable information about their competitive positions, each company gets the opportunity to identify strengths and weaknesses, so that you can determine the right tactics and strategy of behavior, which is adequate to modern market realities.

The article groups the main statements of the definitions «competitiveness» and «competitiveness of an enterprise»; the main distinguishing characteristics of these definitions are identified; the directions of the depth of the definition «enterprise competitiveness» are determined. It is proposed to consider the definition of «enterprise competitiveness» as the ability of an enterprise to maintain a competitive position in the market, to function effectively through the use of competitive advantages, to be attractive to investors, to have a positive image among business entities.

It is noted that the basis of competitive advantage is the presence of potential competitiveness of the enterprise, lies at the heart of the implementation of effective economic activity in a competitive market environment.

It is substantiated that the potential competitiveness of enterprises should be understood as a set of corporate resources, the formation of opportunities under the influence of competition and the determination of the presence of actual competitive advantages that justify the direction of further development of the enterprise in the long term compared with competitors in the market.

It has been established that the definitions «potential enterprise competitiveness» are inherent in the following properties: adaptation to changes in the external and internal market environment; self-regulation and self-development of the internal environment of the enterprise; flexibility to adapt to new competitive factors and existing conditions of the enterprise; stability, which is due to the growth of resources involved in the turnover of the enterprise and ensure its effectiveness.

It is determined that the structure of the enterprise's potential competitiveness includes the following elements: innovation, information, resource, human, marketing and financial potentials.

Thus, the basis of the study noted that the competitiveness of enterprises associated with the presence of certain features and capabilities provides an appropriate level of competitive advantage.

Key words: competitiveness; competitive advantages; enterprise competitiveness; potential enterprise competitiveness; competitive position.

Анотація. У статті досліджено проблеми конкурентоспроможності українських підприємств щодо ефективного функціонування на галузевому ринку. Маючи достовірну інформацію про власні конкурентні позиції, кожне підприємство отримує можливість визначити слабкі та сильні сторони, завдяки чому можливо визначити вірну тактику та стратегію поведінки, яка є адекватною до сучасних ринкових реалій.

У статті згруповано основні твердження дефініцій «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства»; виявлено основні відмінні характеристики цих дефініцій; визначено напрями глибини дефініції «конкурентоспроможність підприємства». Запропоновано розглядати дефініцію «конкурентоспроможність підприємства» як здатність підприємства підтримувати конкурентні позиції на ринку, ефективно функціонувати за допомогою використання конкурентних переваг, бути привабливим для інвесторів, мати позитивний імідж серед суб'єктів господарювання.

Зазначено, що основою конкурентної переваги є наявність потенційної конкурентоспроможності підприємства, що лежить в основі здійснення ефективної економічної діяльності в конкурентному ринковому середовищі.

Обґрунтовано, що під потенційною конкурентоспроможністю підприємств слід розуміти набір корпоративних ресурсів, формування можливостей під впливом конкуренції та визначення наявності фактичних переваг конкуренції, які виправдовують напрями подальшого розвитку підприємства в довгостроковій перспективі в порівнянні з конкурентами на ринку.

Встановлено, що дефініції «потенційна конкурентоспроможність підприємства» притаманні такі властивості: адаптованість до змін зовнішнього та внутрішнього ринкового середовища; саморегуляція та саморозвиток внутрішнього середовища підприємства; гнучкість для пристосування до нових конкурентних факторів та існуючих умов підприємства; стабільність, яка зумовлена зростанням ресурсів, що беруть участь в обороті підприємства і забезпечують його ефективність.

Визначено, що структура потенційної конкурентоспроможності підприємства включає такі елементи: інноваційний, інформаційний, ресурсний, людський, маркетинговий та фінансовий потенціали.

Таким чином, в основі проведеного дослідження зазначено, що конкурентоспроможність підприємств, пов'язана з наявністю певних особливостей та можливостей, забезпечує відповідний рівень конкурентної переваги.

Ключові слова: конкурентоспроможність; конкурентні переваги; конкурентоспроможність підприємства; потенційна конкурентоспроможність підприємства; конкурентні позиції.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Актуальність дослідження зумовлена поточним станом конкурентоспроможності більшості українських підприємств. Кризові чинники, що супроводжують ведення бізнесу в Україні сьогодні, ставлять перед суб'єктами господарювання специфічні задачі функціонування та розвитку. Успіх ринку приходить тільки на ті підприємства, які стають більш конкурентоспроможними завдяки постійній модернізації і можуть запропонувати більш привабливу продукцію для своїх споживачів. Тиск для постійного зростання конкурентоспроможності підприємства виникає внаслідок процесів глобалізації, що тривають, та наслідків їх поширення.

В останні роки конкуренція посилилася через внутрішні фактори розвитку торгівлі та діяльності проникнення на український ринок іноземних компаній. Тому теоретично і практично приділяється більше уваги необхідності комплексного вирішення питання проблеми розвитку конкуренції та вдосконалення конкурентоспроможності підприємства, що в таких умовах є особливим в оцінці конкурентоспроможності підприємства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вагомий внесок у вирішення проблем конкурентоспроможності та конкурентоспроможності підприємства внесли вітчизняні та закордонні вчені-економісти: М. Портер, І. Ансофф, Ж.-Ж. Ламбен, А. Томпсон, А. Стрикланд, Ф. Котлер, Р.Б. Івуть, Н.В. Пеншін, Х.А. Фасхiev, Г.Л. Багiev, А.Н. Захаров, В.А.Федорович тощо, які сформулювали теоретичні та методологічні аспекти щодо конкурентоспроможності та конкурентоспроможності підприємства.

ВІДОКРЕМЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РИАНШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Однак низка завдань стосовно виявлення відмінностей між цими дефініціями досі потребує теоре-

тичного дослідження, уточнення та розвитку в сучасних реаліях.

Мета дослідження – обґрунтування наукових досліджень щодо особливостей використання дефініцій «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства».

МЕТОДИ, ОБ'ЄКТ ТА ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Під час проведення наукових досліджень було використано такі наукові методи: ситуаційний підхід, методи синтезу та аналізу, методи порівняння та групування. Об'єктом дослідження є процеси у сфері формування системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методологічних та практичних аспектів щодо особливостей формування дефініцій «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства» в сучасних реаліях.

ОСНОВНИЙ МАТЕРІАЛ

Розвиток економічних процесів, функціонування суб'єктів господарювання і відносини в системі ринку, зокрема щодо ведення підприємницької діяльності, слід нерозривно пов'язувати з конкуренцією, боротьбою за кращі умови досягнення цілей і прибутковості. Підприємницьку діяльність як спосіб виробництва товарів і послуг для задоволення потреб людини здійснюють у конкурентному ринковому середовищі, яке передбачає конкурентоспроможність суб'єкта господарювання. Стратегічно конкурентоспроможність для підприємства є фактором життєздатності бізнесу, а для споживача – чинником якісного задоволення споживчих потреб, підвищення стандартів життя [3].

Конкурентоспроможність виступає ключовим фактором успіху підприємств. Розглядаючи проблему конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах функціонування, слід зазначити, що єдиного,

загальновизначеного розуміння терміна «конкурентоспроможність» не існує. Вчені-економісти, залежно від приналежності до певної наукової школи, по-різному трактують це поняття. Найбільш поширені визначення «конкурентоспроможності» наведені в таблиці 1.

Різноманітні авторські позиції щодо визначення дефініції «конкурентоспроможність» взаємопов'язані з:

– порівнянням дефініцій «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції»;

– сферою розгляду конкурентоспроможності на різних рівнях (регіональному, вітчизняному, закордонному) ринку;

– заміною однієї концепції іншою (рівень конкуренції).

Нині в економічній літературі наводяться різні підходи до визначення категорії «конкурентоспроможність підприємства» (таблиця 2).

Аналіз наведених в економічній літературі наукових трактувань поняття «конкурентоспроможність підприємства» дає підстави стверджувати, що кожне з них має право на існування.

Таблиця 1. Основні наукові підходи до визначення дефініції «конкурентоспроможність»

Автор визначення	Визначення дефініції «конкурентоспроможність»
І.В. Балабанова [1]	це складна багатовимірна концепція, яка визначає конкуренцію як боротьбу за найкращі результати, отримання конкурентної переваги за рахунок ефективного використання всіх доступних ресурсів, виробництва та реалізацію конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ефективного ведення бізнесу.
В.Д. Щетинина [6]	це комплексна характеристика системи підприємства, що визначає його здатність відповідати за конкурентоспроможний бізнес шляхом ефективного використання наявних ресурсів, виробництва та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ефективного ведення бізнесу.
Г. Воропай [3]	це соціально-економічна система, яка визнана ринковою, сформованою та впровадженою, що матеріалізується у вигляді товарів чи послуг. Це можливо визначити в оперативній діяльності з реалізації стратегій.
Ю.Г. Бочарова [2]	це реальний потенціал і здатність підприємства активно конкурувати, протистояти впливу екологічних факторів, щоб зробити та продати конкурентоспроможну продукцію та/або послугу в ринкових умовах.
Т.М. Квятко [5]	це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку
О.М. Згурська [4]	це потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування в релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів

Джерело: згруповано авторами

Таблиця 2. Основні наукові підходи до визначення дефініції «конкурентоспроможність підприємства»

Автор визначення	Визначення дефініції «конкурентоспроможність підприємства»
В.В. Адамик	можливість ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.
О.М. Згурська [4]	це його порівняльна перевага відносно інших підприємств даної галузі в країні та за її межами.
Г. Воропай [3]	можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку.
Р.І. Жовнович	узагальнююча характеристика діяльності підприємства, що відображає рівень ефективності використання економічних ресурсів щодо ефективності використання економічних ресурсів конкурентами.
І.В. Балабанова [1]	можливість (здатність) господарських одиниць до ефективного функціонування на ринку, заснованому на пропозиції товарів, які відповідають запитам і перевагам покупців за якістю, кількістю та асортиментом на більш вигідних у порівнянні з конкурентами умовах.
В.І. Легкий	це здатність підприємства до реалізації конкурентних переваг, які дозволяють йому ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках.
І.О. Піддубний	комплексна характеристика діяльності підприємств, яка базується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності (виробничий потенціал, трудові ресурси, забезпеченість матеріалами, фінансові результати діяльності та ін.) і дозволяє визначити «сильні сторони» підприємств у конкурентній боротьбі, знайти способи досягнення переваг над конкурентами.

Джерело: згруповано авторами

Розкриття та виявлення глибини дефініції «конкурентоспроможність підприємства» продемонструвало розподіл його за такими напрямками, як:

1) здатність підприємства (в умовах конкурентної боротьби успішно розвиватися; адаптуватися до змін зовнішнього та внутрішнього середовища; забезпечувати певний рівень конкурентних переваг, задля досягнення власних цілей);

2) спроможність підприємства (виготовляти, реалізовувати продукцію; вести ефективну підприємницьку діяльність в умовах конкурентного ринку; раціонально використовувати власні та позикові ресурси);

3) характеристика ефективної діяльності підприємства (наглядно демонструвати рівень ефективності використання трудових, фінансових ресурсів; показати рівень ефективності задоволення потреб споживачів, порівнюючи з конкурентами);

4) перевага над конкурентами (відносно інших підприємств за профілем діяльності на вітчизняному та закордонному ринках) [1].

На нашу думку, визначенням, яке найбільш повно розкриває його сутність, є: конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства підтримувати конкурентні позиції на ринку, ефективно функціонувати за допомогою використання конкурентних переваг, бути привабливим для інвесторів, мати позитивний імідж серед суб'єктів господарювання.

Основою конкурентної переваги є наявність потенційної конкурентоспроможності. Потенційна конкурентоспроможність підприємства лежить в основі здійснення ефективної економічної діяльності в конкурентному ринковому середовищі [5]. Основні складники є основою для побудови потенційної конкурентоспроможності підприємства, які визначають сукупність конкурентних переваг у стратегічно важливих напрямках функціональної діяльності. Ступінь реалізації конкурентних переваг визначає фактична і стратегічна конкурентоспроможність та резерв потенційної конкурентоспроможності [2].

Потенційна конкурентоспроможність підприємства формується з різних джерел його ресурсів. Незважаючи на різницю їх внеску, вони важливі для підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому. Наявність ресурсів і резервів – необхідна, але не обов'язкова умова для створення потенційної конкурентоспроможності.

Отже, під потенційною конкурентоспроможністю підприємств слід розуміти набір корпоративних ресурсів, формування можливостей під впливом конкуренції та визначення наявності фактичних переваг конкуренції, які виправдовують напрями подальшого розвитку підприємства в довгостроковій перспективі в порівнянні з конкурентами на ринку.

Таким чином, результати досліджень дозволяють стверджувати, що дефініції «потенційна конкурентоспроможність підприємства» притаманні такі властивості (рис. 1):

- адаптованість до змін зовнішнього та внутрішнього ринкового середовища;
- саморегуляція та саморозвиток внутрішнього середовища підприємства;
- гнучкість для пристосування до нових конкурентних факторів та існуючих умов підприємства;
- стабільність, яка зумовлена зростанням ресурсів, що беруть участь в обороті підприємства і забезпечують його ефективність.

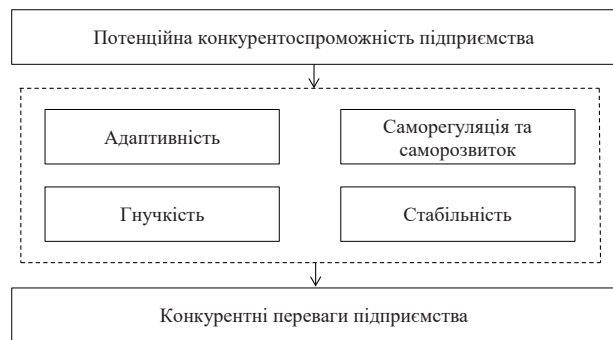


Рис. 1. Властивості дефініції «потенційна конкурентоспроможність підприємства»

Джерело: згруповано авторами

Потенційна конкурентоспроможність підприємства служить як структура об'єкта, тобто розподіл його на компонентні частини. Представлення структури потенційної конкурентоспроможності підприємства характеризується не меншою різноманітністю, ніж його тлумачення природи.

Структура потенційної конкурентоспроможності підприємства, яка наведена на рис. 2, включає такі компоненти: інноваційний, інформаційний, ресурсний, людський, маркетинговий та фінансовий потенціали.

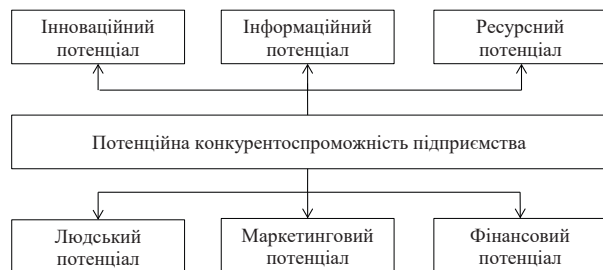


Рис. 2. Структурні компоненти потенційної конкурентоспроможності підприємства [6]

Інноваційний потенціал проявляється в тому, що, з одного боку, це дає підприємству шанс виграти, виштовхуючи конкурентів з ринку, отримати конкурентну перевагу, а з іншого – формувати ділову репутацію підприємства як інноваційного та активного сегменту ринку. Посилення інновацій залежить від ефективності формування та використання інноваційного потенціалу, його зміцнення є визначальним фактором інноваційних підприємств.

Інформаційний потенціал – це набір інструментів, методів, умов і програмного забезпечення, який може отримувати, зберігати, аналізувати, узагальнювати й оновлювати інформацію, необхідну для адаптування підприємства до конкурентного ринку.

Ресурсний потенціал являється основою виробництва підприємства, який має цільову спрямованість і забезпечує безперервність, ефективність своїх операцій. Цей потенціал реалізується в ході роботи підприємства, який полягає в активізації цільового ринку, в результаті чого збільшуються його конкурентні переваги.

Людський потенціал включають у себе не тільки персонал, але також рівень можливостей сумісних кадрів за для конкурентоспроможної переваги на ринку. З одного боку, це визначає можливу участь працівника (або всіх членів колективних підприємств) у виробничій діяльності, з іншого боку – це характеристика працівника, яка відображає ступінь його здібностей, здатності до навчання та підвищення кваліфікації.

Маркетинговий потенціал визначає рівень готовності підприємства до певної діяльності, рішення певного спектру проблем. Оцінка маркетингового потенціалу дозволяє підприємству зрозуміти, наскільки добре використовуються функції відділу маркетингу, які недоліки не дозволяють у достатній мірі реалізувати маркетингові рішення.

Фінансовий потенціал дозволяє визначити найбільш важливі проблеми (вузькі місця) у промисловості, економіці та фінансовій діяльності, встановити їх причини, виявити способи збільшення позитивного фінансового результату, який має важливе значення для сталого розвитку та конкурентоспроможності підприємства [6].

Ці потенціали пов'язані один з одним, таким чином, ресурсний потенціал формує матеріальну базу для розвитку маркетингового та інноваційного потенціалу, а нематеріальну базу – для людських ресурсів.

ОБГОВОРЕННЯ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

У сучасних умовах економічного розвитку потенційна конкурентоспроможність підприємства може бути виявлена за допомогою конкурентної переваги. Здатність перемагати в конкуренції залежить від внутрішніх конкурентних можливостей підприємства та зовнішніх умов його діяльності. Отже, конкурентоспроможність є складною економічною категорією, яка виражає результат взаємодії всіх елементів системи внутрішніх та зовнішніх відносин між підприємствами з приводу можливості реалізації даного виду продукції на конкретному ринку чи його сегменті.

ВИСНОВКИ

Таким чином, в основі дослідження зазначається, що конкурентоспроможність підприємств, пов'язана з наявністю певних особливостей та можливостей, забезпечує відповідний рівень конкурентної переваги. Визначено, що найефективніший засіб для забезпечення конкурентоспроможності підприємства полягає у визначенні ресурсів, які спрямовані на збільшення потенціалу компанії. Основний компонент успіху підприємств у сучасних ринкових умовах полягає в підтримці їхнього високого рівня конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність підприємств, пов'язана з наявністю певних особливостей та можливостей, забезпечує відповідний рівень конкурентної переваги.

REFERENCES

- [1] Balabanova, I.V. (2008). Konkurentna kompetentsiya pidpryyemstva. [Competitive competence of the enterprise]. Visnyk TNEU, no. 1, pp. 79-86.
- [2] Bocharova, YU. H. (2016). Osoblyvosti konkurentsyyi v ekonomitsi Ukrainy. [Features of competition in the economy of Ukraine]. Aktualni problemy ekonomiky, no. 9, pp. 48-53.
- [3] Voropay, H. (2016). Konkurentospromozhnist pidpryyemstva ta faktory, shcho na neyi vplyvayut. [The competitiveness of the enterprise and the factors that affect it]. Marketynh v Ukraini, no. 5, pp. 56-60.
- [4] Z'hurs'ka, O.M. (2016). Upravlinskyi mekhanizm zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva. [Management mechanism for ensuring the competitiveness of the enterprise]. Ekonomika. Menedzhment. Biznes, no. 4, pp. 83-90.
- [5] Kvyatko, T.M. (2017). Henezys naukovykh osnov teorii konkurentsyyi. [Genesis of scientific foundations of competition theory]. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka, no. 182, pp. 154-162.
- [6] Shchetynyna, V.D. (Red.) (1993). Mezhdunarodnaya konkurentsyya. [International competition]. M.: Mezhdunarodnye otnosheniya. [in Russian]

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- [1] Балабанова, І. В. (2008) Конкурентна компетенція підприємства. *Вісник ТНЕУ*. № 1. С. 79–86.
- [2] Бочарова, Ю. Г. (2016) Особливості конкуренції в економіці України. *Актуальні проблеми економіки*. № 9. С. 48–53.
- [3] Воропай, Г. (2016) Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Маркетинг в Україні*. № 5. С. 56–60.
- [4] Згурська, О. М. (2016) Управлінський механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. № 4. С. 83–90.
- [5] Квятко, Т. М. (2017) Генезис наукових основ теорії конкуренції. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. Вип. 182. С. 154–162.
- [6] Щетинина, В. Д. (Ред.) (1993) *Международная конкуренция*. Москва : Международные отношения.